

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت ها و مشتری مداری در کارخانه دلد الکتریک

محل انتشار:

کنفرانس جامع علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

حمیده کر - گروه مدیریت و حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

مجید نصیری - گروه مدیریت و حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق بررسی رابطه بین ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت ها و مشتری مداری در کارخانه دلد الکتریک میباشد. جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه کارکنان کارخانه دلد الکتریک می باشد که تعداد آنها 230 نفر می باشد. طبق جدول مورگان، حجم نمونه تعداد 140 نفر است که جهت اطمینان از برگشت پرسشنامه ها، تعداد 180 پرسشنامه به صورت تصادفی بین آنها توزیع گردید که در انتها، 150 پرسشنامه مبنای تحقیق حاضر است که به صورت تصادفی بین آنها توزیع گردید. روش این تحقیق از نوع توصیفی- پیمایشی بوده و به لحاظ هدف کاربردی واز نظر چگونگی جمع آوری داده ها پیمایشی می باشد. داده ها توسط معادلات ساختاری و به کمک نرم افزار لیزرل مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج حاکی از این بود که بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها با اعتماد و رضایت شغلی و مشتری مداری در کارخانه دلد الکتریک رابطه معناداری وجود دارد. بین مسئولیت اجتماعی و ابعاد آن (مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی و مسئولیت بشردوستانه با اعتماد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. بین اعتنادهای سازمانی و رضایت شغلی و رضایت شغلی و مشتری مداری نیز رابطه معناداری وجود دارد

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی؛ رضایت شغلی؛ اعتماد سازمانی؛ مشتری مداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/605936>

